

国外创意农业模式借鉴

创意农业是以创意生产为核心,以农产品附加值为目标,指导人们将农业的产前、产中和产后诸环节连结为完整的产业链条,将农产品与文化、艺术创意结合,使其产生更高的附加值,以实现资源优化配置的一种新型的农业经营方式。

荷兰模式:科技设施型

荷兰是世界著名的低地国家,全国有四分之一的国土位于海平面之下,人均耕地面积仅一亩多。相对较差的农业条件,促使荷兰在农业方面不断创新,从而走上创意农业之路,并成为世界农业领先大国,在美国、法国之后居世界第三位。

荷兰创意农业的科技含量在世界领先,其在发达的设施农业、精细农业基础上,集约生产高附加值的温室作物和园艺作物,拥有完整的创意农业生产体系。荷兰的花卉业世界闻名,其根本原因在于花卉业的科研发展十分突出。花卉业的发展战略以技术为中心,强调适度规模经营、高度集约化管理、发展高新技术产品、占领技术制高点。

荷兰创意农业的创汇经济功能突出。荷兰不少农产品单产都居于世界前列,番茄、马铃薯、干洋葱等的出口额均居世界第一位;荷兰是世界最大的蘑菇生产国、乳制品出口国、禽蛋出口国和花卉生产国,世界花卉进出口贸易的67%来自荷兰。自20世纪90年代以来,荷兰每年农产品净出口值一直保持在130多亿美元,约占世界农产品贸易市场份额的10%。荷兰人均农产品出口创汇居世界榜首。

德国模式:社会生活功能型

20世纪90年代以来,德国政府在倡导环保的同时,大力发展创意农业。主要形式是市

民农园和休闲农庄。

市民农园利用城市或近郊区之农地、规划成小块出租给市民,承租者可在农地上种花、草、蔬菜、果树等或经营家庭农艺。通过亲身耕种,市民可以享受回归自然以及田园生活的乐趣。种植过程中,绝对禁用矿物肥料和化学保护剂。

休闲农庄主要建在林区或草原地带。这里的森林不仅发挥着蓄水、防风、净化空气及防止水土流失的环保功能,而且还发挥出科普和环保教育的功能。学校和幼儿园经常带孩子们来到这里,成人也来参加森林休闲旅游,在护林员的带领下接触森林、认识森林、了解森林。一些企业还把团队精神培训、创造性培训等项目从公司封闭的会议室搬到开放的森林里,产生了意想不到的培训效果。慕尼黑郊区因其独特的“骑马治疗项目”及其所实施的“绿腰带项目”系列行动方案而成为人们向往的休养之地。

英国模式:旅游环保型

英国是世界上发展农业旅游的先驱国家。一方面,高度发达的城市化为农业旅游提供了庞大的目标市场。作为世界上工业化起步最早的国家,在20世纪70年代,英国的城市人口就占全国人口的80%以上。城市人口因长久远离自然,而产生了走进乡村、亲近自然、舒缓心理压力、参与户外活动的共性心理需求,尤其是城里的孩子们由于对农村、农业陌生得很,更渴望体验田园生活;另一方面,经济快速持续增长,也

催生了农业旅游。人们的可自由支配收入大幅增加,闲暇时间增多,私人汽车拥有量增多,消费需求层次提高等诸多因素,使得英国农业旅游应运而生并迅速发展起来。

目前,全英近四分之一的农场直接开展农业旅游。农业旅游的经营者绝大部分为农场主。每个农场景点都为游客提供参与乡村生产生活、体验农场景色氛围的机会。农场内一般设有一个农业展览馆并配以导游和解说词,介绍农业工作情况,备有农场特有的手工艺品,提供餐饮、住宿服务。多数景点有儿童娱乐项目。

虽然农业旅游的收入可能要大于农业生产的收入,但农业生产主体地位并没有被削弱,农业旅游始终是农场经营多样化的一个方面。从农场的经营规模、经营效益以及市场需求特点出发,各景点都坚持小型化经营的取向及私营化的管理方式。由于农业旅游者90%以上是本地区居民,所以各景点普遍运用本土化的市场战略,扩大市场,以实现利润最大化。最为重要的是,英国的农业旅游与文化旅游紧密结合起来,使游人在领略风景如画的田园风光中体味几千年历史积淀下来的民族文化。

法国模式:环保生态型

法国的农业十分发达,是

仅次于美国的世界第二大农产品出口国,农业产量、产值均居欧洲之首。在法国,从国家领导人到普通民众,对于农业都有一种天然的亲近感。法国创意农业属于环保生态功能为主的创意农业,是以大田作物为主,采取较大规模的专业化农场生产,逐步减少小型农场。

法国巴黎大区是高度城市化的地区,但仍有着非常发达的农业,是法国第三大玉米产区 and 水果、蔬菜、鲜花的主要产区。但巴黎的创意农业对城市食品供应的功能并不明显,巴黎的各种食品供应,主要经过四通八达的高速公路网,由全国各地乃至欧洲其他国家完成。所以,巴黎的创意农业突破了自给自足的生产,而突出农业的生态功能,利用农业把高速公路、工厂等有污染的地区和居民分隔开来,营造宁静、清洁的生活环境。利用农业作为城市景观,或者种植新鲜的水果、蔬菜、花卉等居民需要的产品,有的作为市民运动休闲的场所,还有的作为青少年的教育基地。游客在法国葡萄园和酿酒作坊不仅可以参观,还可以参加农业体验之旅,参与酿制葡萄酒全过程,亲自酿酒并将酒带走,享受不一样乐趣。

日本模式:多功能致富型

针对日本农业此前面临的

发展窘境,日本东京大学名誉教授、农业专家今村奈良臣早在上世纪90年代就首先提出了“第六产业”的概念,指出可以通过3个产业的相互融合,提升农产品附加值,改变农业发展前景。“第六产业”是日本当下正着力推进的新型农业。“第六产业”的诞生,让人们发现了创意农业的可能性,通过激发农业活力,增强了地方经济发展动力。因此,日本有越来越多的企业、资金、人才开始进入到日趋活跃的“第六产业”。

日本创意农业以“多功能致富型”为特征,大力开发农业的生态、体验、休闲等功能。日本大分县的“一村一品”运动是创意农业的先行者。各县因地制宜,把自己一些特有的东西(可以是某种农产品,也可以是一种文化或一首歌谣)打造成为日本全国乃至世界名牌产品。

日本创意农业发展重点是设施农业、加工农业、观光休闲农业、多样化农业,属于综合功能的创意农业,重点开发农业的绿色、环保、体验、休闲和示范功能,建设以高新技术产业和镶嵌式多功能的“绿岛农业”为两大特征。日本的创意农业主要集中在三大都市圈内,即东京圈、大阪圈和中京圈,以蔬菜、水果、多作物、多品种生产为主,主要为市民提供优质农产品和满足绿化环境的需要。

(摘编自《环球时报》)



他山之石

西班牙让更多年轻人在乡村找到发展舞台

西班牙智库“乡村旅游观察”日前发布的最新报告称,去年有42.5%的西班牙成年人选择了乡村旅游,且出游频率有所提升。作为最早提出“乡村旅游”概念的国家之一,西班牙多年来积极推动乡村旅游,为很多陷入发展困境的乡村小镇创造了新的发展机遇。记者近日驱车前往位于阿拉贡自治区的阿尔克萨尔小镇,从这里观察西班牙旅游业如何推动乡村振兴。

从阿拉贡自治区首府萨拉

戈萨驱车沿比利牛斯山脉方向前进,约一个半小时后,隐藏在维罗河峡谷的阿尔克萨尔小镇终于露出真容:约660米高的山丘上,清一色的土黄色石头建筑沿山势排开,山顶的城堡静静诉说着沧桑变幻。

2022年,阿尔克萨尔被联合国世界旅游组织评为全球最佳旅游小镇。然而,30多年前,这里一片贫瘠,当地人以农牧业为生。当地地势陡峭,能耕种的土地不足,大部分居民只能背井离乡去外地谋生,这

座中世纪小镇几乎成了“空城”。

“生活难以为继,所有人都对自己的家乡失去了信心。想要将小镇留存下来,我们必须想点别的法子。”镇长马里亚诺·阿德米尔说,在各级政府的财政支持下,阿尔克萨尔决定基于自然、健康和历史三大理念,依托当地自然和历史资源大力发展乡村和生态旅游。

当地政府开发了徒步路线和峡谷漂流,附近的峭壁变身

为全球最著名的攀岩区之一。镇子里的石子路不断拓宽、延长,将小镇与风景区完全联通起来。修路使用的鹅卵石就来自山脚下绿松石色的维罗河,铺路的方式沿用了千年前的传统,让整座小镇保持着古朴的气质。很多居民住宅外墙还挂上了石制仿古骑士盾牌,小镇的文化韵味愈发浓厚……

在阿拉贡自治区政府积极宣传和推动下,去年,仅有两三百常住人口的阿尔克萨尔小镇接待了超过20万国内外游

客。随着旅游业日益兴旺,小镇政府如今几乎能通过自给自足的方式维护和开发旅游资源。阿拉贡旅游目的地管理联盟主席阿尔巴·莫拉尔说,与自然和谐共处的生态旅游,不仅让整座小镇以可持续的方式重新“活”了起来,还为周边地区提供了大量就业岗位,当地居民从当初温饱问题都难以解决,到如今过得富足自在,“旅游业拯救了这里,让更多年轻人在乡村找到发展舞台”。

(摘编自《人民日报》)